

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Pada bab ini banyak menuliskan tentang teori-teori yang sudah ada yang berkaitan dengan pokok permasalahan dalam penelitian, pendapat pribadi dapat dijadikan penguat teori dalam penelitian. Titik fokus dalam penelitian ini ialah *Break Event Point* (BEP) dalam hal meningkatkan volume penjualan kopi *Cafe* di Malang Jawa Timur. Teori akan dihubungkan dengan penelitian terdahulu yang sudah ada.

Menurut Sulatri (2017) menganalisis variable kopi arabica dan kopi robusta dengan menggunakan metode kuantitatif analisis BEP. Hasil penelitiannya adalah memperoleh BEP harga sebesar Rp. 46.834.935, NPV Rp. 22.280.872, Sensitifitas 15 %. Perbedaan penelitian ini adalah penggunaan variabelnya yakni menggunakan 5 variabel seperti kopi susu, kopi hitam, *Capucino*, *mochacino*, dan kopi rempah.

Menurut Iswara (2017) menganalisis variabel kopi robusta, kopi liberia, dan kopi arabica menggunakan metode kuantitatif dengan analisis BEP dengan menghasilkan titik impas perusahaan Rp. 84.375.000. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel seperti kopi susu, kopi hitam, *Capucino*, *mochacino*, dan kopi rempah.

Menurut Ali dan Gamil (2018) menganalisa variabel roti brioche dengan metode kuantitatif analisis kelayakan usaha mendapatkan hasil *Break Event Point* penerimaan 2.920.000 dengan pelanggan minimal 400. Perbedaan penelitian ini menggunakan tambahan analisa biaya serta penggunaan komoditas yakni kopi sebagai komoditasnya.

Menurut Mokoginta (2018) menganalisis variabel kopi bijimerah dengan menggunakan metode analisis BEP dan analisa volume laba dan Multy-produk. Hasilnya BEP Rp. 72.273.073,68 terhadap 438,02 kopi bijimerah. Perbedaan dengan penelitian ini teletak pada metode yang digunakan analisis BEP dan analisis biaya dan penerimaan serta penggunaan variabelnya seperti kopi susu, kopi hitam, *Capucino*, *mochacino*, dan kopi rempah.

Menurut Pamaron (2015) menganalisis variabel kopi arabica, kopi ose, kopi sangrai, dan kopi bubuk dengan menggunakan metode analisis kelayakan rencana bisnis mendapatkan hasil BEP penjualan 2.349,75 Kg produk, NPV Rp. 735.093.613, IRR sebesar 40,7 %, B/C Ratio 1,074. Perbedaan penelitian ini adalah menggunakan metode analisis BEP dengan metode analisis biaya dan penerimaannya serta menggunakan variabel seperti kopi susu, kopi hitam, *Capucino*, *mochacino*, dan kopi rempah.

Menurut Meneses dan Flores (2016) menganalisis variabel susu dengan metode kuantitatif yang dikombinasikan dengan kualitatif mendapatkan hasil titik impasnya penjualan protein dan bubuk laktosa \$ 87.19 dan 27.74 dengan 25 kg masing-masing. Perbedaan penelitian ini adalah pada komoditas variabelnya yakni kopi dan penggunaan metode kuantitatif sebagai metode penelitiannya.

Menurut Pongsiri (2013) menganalisis variabel kopi robusta dan kopi arabika dengan menggunakan metode kombinasi antara kuantitatif dan kualitatif dengan menghasilkan angka 0,213 remaja yang tertarik untuk mengkonsumsi kopi robusta dan arabika untuk dikonsumsi oleh remaja. Perbedaan penelitian ini menggunakan analisis tambahan yakni analisis biaya dan penerimaan serta

penggunaan variabel seperti kopi susu, kopi hitam, *Capucino*, *mochacino*, dan kopi rempah.

## **2.2 Pengertian Kopi**

Menurut Hayati (2012) Kopi bubuk adalah biji kopi yang telah disangrai, digiling atau ditumbuk hingga menyerupai serbuk halus. Kopi juga nikmat bila disantap ketika pagi hari, karena kopi memiliki khas rasa yang dapat menggairahkan peminumnya. Kopi juga dapat bernilai ekonomis yang tinggi, karena banyak kalangan yang menyukainya baik usia muda sampai tua. Minuman kopi juga dapat disajikan dengan berbagai inovasi, inilah yang dapat memberikan rasa kenikmatan untuk selalu menikmati setiap hasil olahan minuman ini. Olahan kopi yang berbeda tiap kemsananya akan memberikan ciri khas yang berbeda, tiap daerah dan waktu akan memeberikan khas yang beragam, hal ini menjadikan kopi dapat dijadikan lahan bisnis yang dapat memeberikan keuntungan.

## **2.3 Break Event Point (BEP)**

Analisa Break Event Point merupakan hubungan antara volume produksi, volume penjualan, harga jual, biaya produksi, biaya variable, biaya tetap serta laba dan rugi. Analisa ini mengolah data yang dari beberapa unsur tadi yang akan berpengaruh terhadap laba yang didapat oleh suatu perusahaan. Mencapai laba maksimal dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti :

1. Menekan biaya produksi.
2. Menganalisa harga agar sesuai laba yang diinginkan.
3. Meningkatkan kegiatan produksi.

Ketiga langkah diatas dapat dilakukan secara terpisah sebagai strategi operasi perusahaan yang biasanya digambarkan dalam *Break Event Point* (BEP) sehingga mudah untuk dipahami hubungan antara produksi, biaya, dan labanya.

### 2.3.1 Kegunaan *Break Event Point* (BEP)

Kegunaan sendiri daripada BEP memudahkan bagi pimpinan perusahaan dalam mengontrol setiap keputusan yang akan dibuat untuk melanjutkan produksi yang selanjutnya dengan strategi apakah yang akan dilanjutkannya dalam perusahaan tersebut. BEP digunakan untuk mengetahui titik impas, sebuah Analisa BEP akan mengetahui berapa kah nilai perusahaan sudah atau bahkan berada di bawah titik impasnya.

Manfaat dari *Break Event Point* (BEP) diantaranya :

- a) Mendesain spesifikasi produk
- b) Menentukan harga jual persatuan
- c) Menentukan target penjualan dan penjualan minimal
- d) Memaksimalkan jumlah produksi dan penjualan
- e) Merencanakan laba yang diinginkan serta tujuan lainnya.

### 2.3.2 Unsur-Unsur *Break Event Point* (BEP)

#### 1. Biaya produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang diperlukan dalam seluruh proses produksi, meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya tambahan lainnya.

Menurut Arianty (2014) menjelaskan bahwa Salah satu penentuan harga jual yang memiliki tingkat kepastian relatif tinggi adalah harga pokok produksi. Menentukan harga pokok produksi menggunakan total cost atau dengan variabel cost. Perhitungan yang matang akan memberikan hasil yang akurat, karena pada biaya

produksi harus dihitung secara rinci apa saja kegiatan perusahaan yang membutuhkan biaya dan dalam rangka memenuhi kebutuhan perusahaan. Harga produksi sendiri dapat dilaporkan berupa laporan laba rugi suatu perusahaan, dimana dengan hasil laporan tersebut dapat dijadikan sebagai bahan amunisi penentuan rencana produksi berikutnya.

## 2. Volume produksi

Volume produksi merupakan muatan input yang akan dijadikan sebagai output. Perusahaan menerapkan volume produksi sebagai fungsi produk, fungsi produk menunjukkan jumlah maksimum output yang dapat dihasilkan dari pemakaian sejumlah input dengan berbagai teknologi yang ada.

Menurut Lasena (2013) menyatakan bahwa perhitungan harga merupakan penjumlahan seluruh komponen dalam biaya produksi. Sehingga dalam menentukan harga pokok produksi per unit harus dibagi dulu dengan seluruh total biaya total produksi dengan volume produksi yang dihasilkan atau yang sedang direncanakan. Cara ini dapat memudahkan dalam proses laporannya karena dalam laporan rugi laba akan menyertakan atau menyajikan harga pokok produk dalam laporan tersebut.

## 3. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan banyaknya penjualan yang diperoleh dari seluruh penjualan produk selama jangka waktu tertentu. Selain menyiapkan produk sebuah perusahaan juga dituntut untuk menyiapkan proses penjualannya, dengan adanya manajemen volume penjualan yang baik maka akan mudah untuk melaksanakan proses penjualan. Selain itu dengan volume penjualan yang tertata dari sebuah perusahaan manajer tidak perlu turun langsung dalam mengkoordinir

suatu rantai penjualannya, namun melalui data volume penjualanlah dapat ditentukan sebuah keputusan untuk penjualan produk kedepannya.

Menurut Arianty (2014) menyatakan bahwa volume penjualan merupakan hal penting untuk meningkatkan jumlah pendapatan dari sebuah usaha, baik secara parsial maupun simultan akan memberikan hasil yang positif untuk proses pemasaran perusahaan tersebut. *Personal selling* dan *sales promotion* merupakan bagian-bagian dari pemasaran.

#### 4. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan produksi perusahaan yang sifatnya berubah-ubah sesuai berapa jumlah produksi dalam sekali produksi produk tersebut. Menurut Batubara (2013) mengemukakan Biaya Variabel adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk membeli bahan yang bergantung pada besarnya olahan sawahnya, bahan-bahannya seperti benih, pupuk, pestisida. Biaya produksi dalam setiap kesempatan dalam produksi berbeda-beda karena hampir setiap produksi akan meningkatkan variabelnya sehingga dapat meningkatkan produksi dan memberikan sebuah keuntungan yang lebih. Hal ini akan membuat usaha akan berkembang dan akan produksi dan menghasilkan produk yang lebih, dengan produksi yang lebih maka akan memberikan pemasukan yang ekstra dan keuntungan pun bertambah.

#### 5. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya suatu pengeluaran perusahaan yang tidak terpengaruh oleh besar kecilnya volume produksi dalam suatu kegiatan produksi. Mesin-mesin bahkan alat-alat perusahaan biasa terkandung dalam biaya tetap, biaya tetap juga memiliki sisi penyusutan dalam satuan tahun bahkan per produksi. Biaya

variabel merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang sifatnya tidak langsung habis atau tidak terpengaruh dengan banyaknya volume produksi dalam satu kali produksi, contohnya seorang petani yang melakukan pengeluaran terhadap biaya tenaga kerja, pajak, dan pembelian peralatan (Firnanti, 2011).

## 6. Harga Jual

Penetapan harga jual yang tepat adalah salah satu faktor penting untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Baik kecil besarnya harga jual suatu produk harus memiliki suatu strategi agar barang atau produk dapat laris dan terjual habis di pasaran. Sebaliknya jika penetapan harga jual yang kurang baik maka akan menjadikan barang yang akan dipasarkan lambat dalam pemasarannya. Harga jual merupakan faktor untuk dapat bertahan dalam sebuah perusahaan, jika harga jual terlalu rendah maka akan dibawah titik impas, sehingga tidak akan menghasilkan keuntungan malah mendatangkan kerugian, sebaliknya jika harga jual terlalu jauh dari BEP harga maka akan membuat proses pemasarannya yang akan sulit menembus pasar. Hal ini untuk persaingan dengan pasaran yang ada, jika salah strategi akan berdampak pada produk baik yang ada dipasaran maupun produk yang akan dipasarkan (Martusa, 2011).

### 2.4 Analisis Titik Impas *Break Event Point* (BEP)

Break Event point atau titik impas merupakan suatu analisa yang menunjukkan bahwa pendapatan suatu perusahaan memiliki total dengan jumlah biaya pengeluaran perusahaan, sehingga perusahaan tidak mengalami laba maupun tidak mengalami kerugian pula. Menurut Dimisyqiyani (2014) titik impas merupakan besar kecilnya biaya dan pendapatan adalah sama sehingga dapat diartikan bahwa usaha atau perusahaan tersebut berada di titik impas atau nol, hal

ini menunjukkan tidak adanya baik keuntungan maupun kerugian aritnya perusahaan ini mengalami *Break Event Point* (BEP) dimana seluruh biaya yang dikeluarkan tertutupi impas dengan penerimaan yang diperoleh dari pemasaran produk perusahaan tersebut.

## **2.5 Laba**

Sebelum perusahaan menentukan laba dari perusahaan tersebut perusahaan wajib melakukan sebuah perencanaan yang diperhitungkan dengan matang dimana hasil akhirnya akan mendatangkan keuntungan dan laba tersendiri dalam bentuk laporan laba rugi. Perencanaan laba sendiri memiliki beberapa faktor yang baik secara langsung maupun tidak langsung akan memberikan pengaruh yakni faktor sosial, ekonomi, politik, serta teknologi yang sudah semakin maju di era milenial ini. Menurut Wijayanti (2011) perencanaan laba yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan laba, berbagai cara dan tahapan untuk mendapatkan laba seperti antara lain seperti produksi barang, volume dan harga jual merupakan komponen yang dijadikan sebagai objek yang akan dinaik turunkan untuk merencanakan seberapa besar laba yang ingin diperoleh oleh perusahaan tersebut. Perencanaan ini dapat menjadikan laba bagi perusahaan nya dan memperoleh keuntungan yang diinginkan.

## **2.6 Penerimaan**

Penerimaan merupakan pendapatan kotor dari perusahaan yang dihasilkan dari seluruh penjualan produk perusahaan yang habis terjual di pasaran. Penerimaan dihasilkan dari perkalian antara produksi yang dihasilkan dengan harga suatu produk tersebut. Menurut Romzi (2014) penerimaan merupakan nilai yang didapat



dari produksi yang dikalikan dengan harga jual produk. Secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut :

$$TR = Q \times P_q \text{ (Romzi, 2014)}$$

Ket :

TR = Total Penerimaan

Q = Jumlah produk

P<sub>q</sub> = Harga produk

Apabila semakin banyak produk yang dihasilkan maka akan semakin tinggi harga per unit suatu produk, penerimaan yang diterima oleh perusahaan akan semakin besar. Sebaliknya jika produk yang dihasilkan semakin sedikit maka dan harganya rendah maka total penerimaan perusahaan tersebut akan memperoleh nilai yang rendah pula.

## 2.7 Entrepreneurship

Kewirausahaan (entrepreneurship) adalah perencanaan, pengorganisasian, pengoperasian, dan pengambilan risiko dari suatu usaha bisnis. Seorang wirausahawan adalah seseorang yang terlibat dalam kewirausahaan. seorang wirausahawan dengan yang lain dapat dibedakan dari kemampuannya mengambil faktor-faktor produksi seperti lahan, tenaga kerja, dan modal, dan menggunakannya untuk memproduksi barang atau jasa baru. Wirausahawan menyadari peluang yang tidak dilihat atau tidak dipedulikan oleh eksekutif bisnis lainnya. Wirausahawan berbeda dengan manajer karena seorang manajer bisa menjalankan usah milik orang lain dan mengolah sumber daya orang lain. Namun seorang wirausaha mempertaruhkan sumber dayanya sendiri dan mengambil risiko

pribadi demi keberhasilan atau bahkan kegagalan dari usaha yang dijalaninya. Manajer juga mengurus koordinasi proses produksi yang sudah berjalan.

Entrepreneurship merupakan sebuah teori dimana seorang pelaku bisnis dapat menjalankan bisnisnya atau hanya untuk sekedar memulai sebuah bisnis. Memiliki jiwa kewirausahaan bagi seseorang merupakan sebuah keuntungan dimasa sekarang karena selain dapat bekerja untuk dirinya sendiri namun juga dapat memberikan pekerjaan bagi orang lain. Faktor untuk menjadikan seseorang berjiwa kewirausahaan adalah :

1. Faktor individu

Faktor ini merupakan pengaruh pengalaman hidup dari kecil hingga dewasa, baik oleh lingkungan ataupun keluarga. Keluarga akan terbentuk dari masa kecil hingga seseorang akan menjadi dewasa untuk menjalani kehidupan yang sebenarnya. Perspektif atau cita-citanya seseorang keinginan untuk menjadi pengusaha bisa muncul saat melihat saudara, teman, atau tetangga yang sukses menjadi entrepreneur.

2. Suasana kerja

Lingkungan pekerjaan yang tidak nyaman yang diinginkan maka akan membuat orang atau pikirannya untuk berkeinginan menjadi pengusaha. seseorang memilih jalan kariernya untuk menjadi seorang pengusaha. Pengusaha dapat memberikan jalan pintas untuk mengembangkan diri seseorang sesuai dengan hal yang dia inginkan bahkan sesuai dengan kesukaannya.

3. Tingkat pendidikan

Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka hal itu juga semakin tidak begitu berpengaruh terhadap keinginan dirinya untuk memilih jalan hidup

sebagai wirausahawan. Rata-rata, justru tingkat pendidikan yang tidak terlalu tinggi yang menstimulus seseorang untuk memilih kariernya menjadi seorang pengusaha.

#### 4. Personality (Kepribadian)

kepribadian dalam memberikan sebuah control pada diri seseorang untuk memberikan langkah sebagai pengambil keputusan yang akan ditentukan oleh seseorang.

#### 5. Prestasi Pendidikan

Orang yang mempunyai prestasi yang tidak tinggi justru punya keinginan yang lebih kuat untuk menjadi seorang pengusaha. Hal itu didorong oleh suatu keadaan yang memaksa ia berpikir bahwa menjadi pengusaha adalah salah satu pilihan terakhir untuk sukses, sedangkan untuk berkarier di dunia pekerja dirasakan sangat berat, mengingat persaingan yang sangat ketat dan masih banyak para lulusan yang berpotensi yang belum mendapatkan pekerjaan.

#### 6. Dorongan Keluarga

Keluarga sangat berperan penting dalam menumbuhkan serta mempercepat seseorang untuk mengambil keputusan berkarier sebagai entrepreneur, karena orangtua berfungsi sebagai konsultan pribadi, coach, dan mentornya.

#### 7. Lingkungan dan Pergaulan

Lingkungan seseorang harus bergaul dengan orang yang sukses agar menjadikan sebagai bahan cerminan sehingga dapat menularkan berbagai macam motivasi untuk memulai sebuah usaha. Pergaulan perlu untuk setidaknya dapat memberikan referensi yang lebih sebagai wirausahawan baru.

## 8. Keterpaksaan dan Keadaan

Kondisi yang diciptakan atau yang terjadi, misal PHK, pensiun, dan menganggur atau belum bekerja, akan dapat membuat seseorang memilih jalan hidupnya menjadi entrepreneur, karena memang sudah tidak ada lagi pilihan untuknya.

Menurut Syaifudin (2014) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu, 1) faktor intrinsik yang meliputi adanya kebutuhan akan pendapatan, motif, harga diri, perasaan senang dan perhatian. 2) faktor ekstrinsik yang meliputi lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang dan pendidikan. Penulis mengambil faktor kepribadian, lingkungan keluarga dan pendidikan kewirausahaan sebagai variabel. Kepribadian adalah karakter yang dimiliki oleh seseorang. Dalam kepribadian seorang individu terdapat rasa percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil risiko, berjiwa pemimpin, keorisinilan dan berorientasi kedepan. Lingkungan keluarga adalah lingkungan terdekat dan utama bagi individu. Lingkungan keluarga terdiri dari ayah, ibu, saudara dan seluruh keluarga dekat lainnya.

Usaha dapat dilaksanakan baik sendiri maupun berkelompok. Rekan usaha harus dapat menjalankan tugasnya masing – masing sesuai dengan pekerjaan masing – masing. Memulai usaha dapat dengan menggunakan sebuah permulaan yang dilakukan secara individu dengan cara:

### 1. Menganalisis jenis usaha terkait

Menentukan potensi yang ada dalam jenis usaha yang akan dimulai. Penjabarkan rencana usaha secara detail baik secara kebutuhan dan biaya yang akan

dikeluarkan. Penyusunan rencana pemasaran yang akan dilakukan untuk memasarkan usaha tersebut.

## 2. Rencanakan Bisnis dengan menyusun konsep yang sesuai

Konsep yang digunakan harus sesuai dengan rencana awal bisnis. Dimulai dari pembiayaan bisnis yang harus diketahui dari mana pembiayaan itu berasal dan berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan. Konsep yang ada akan dapat mengatur segala bentuk pengeluaran yang dapat menaikkan biaya maupun menurunkan untuk mengurangi biaya.

## 3. Siapkan Modal

Modal merupakan faktor penting dalam memulai usaha sendiri. Banyak orang ingin memulai usaha, namun tak mempunyai modal sehingga tidak jalan. Modal dapat dihasilkan dari modal sendiri dari hasil menabung, mencari modal dari investor, atau meminjam uang dari bank. Selain modal awal, sebuah bisnis juga harus memiliki minimal tiga bulan agar bisnis berjalan lancar.

## 4. Jadikanlah usaha Anda sebagai usaha yang Legal dan diakui hukum

Pendaftaran baik merek maupun pengesahan adanya usaha atau bisnis dapat memberikan keamanan hukum bagi usaha dan rasa kepercayaan bagi pelanggan atau masyarakat sebagai konsumen. Perizinan seperti tempat bahkan sampai dengan tingkat keamanan bahan yang digunakan merupakan langkah awal yang harus dimiliki oleh usaha agar usaha memiliki sebuah standardnya.

## 5. Perluas relasi pasar

Pasar dapat menjadi landasan untuk kelangsungan usaha. Banyaknya relasi yang dimiliki dapat bergabung dengan komunitas yang terkait dengan jenis usaha makan akan semakin banyak pula yang akan mengetahui adanya usaha. Usaha yang

memiliki jangkauan luas melalui relasi baik teman, saudara, dan lainnya akan memberikan informasi yang dapat dijadikan bahan promosi awal bagi sebuah usaha

## 2.8 Kerangka Pemikiran

Break Event Point atau titik impas merupakan suatu titik yang menjelaskan tentang pendapatan suatu perusahaan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan, sehingga perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak mengalami kerugian. Analisis titik impas (*Break Event Point/BEP*), untuk mendapat suatu keadaan dimana perusahaan tidak memperoleh keuntungan dan tidak mengalami kerugian baik dalam jumlah produk (kuantitas) maupun dalam rupiah.

Perhitungan *Break Event Point*

$$BEP(Q) = \frac{FC}{P - VC} \quad (\text{Budiwibowo, 2012})$$

Ket :

BEP (Q) : Jumlah unit/kuantitas produk yang diproduksi

FC : Biaya tetap

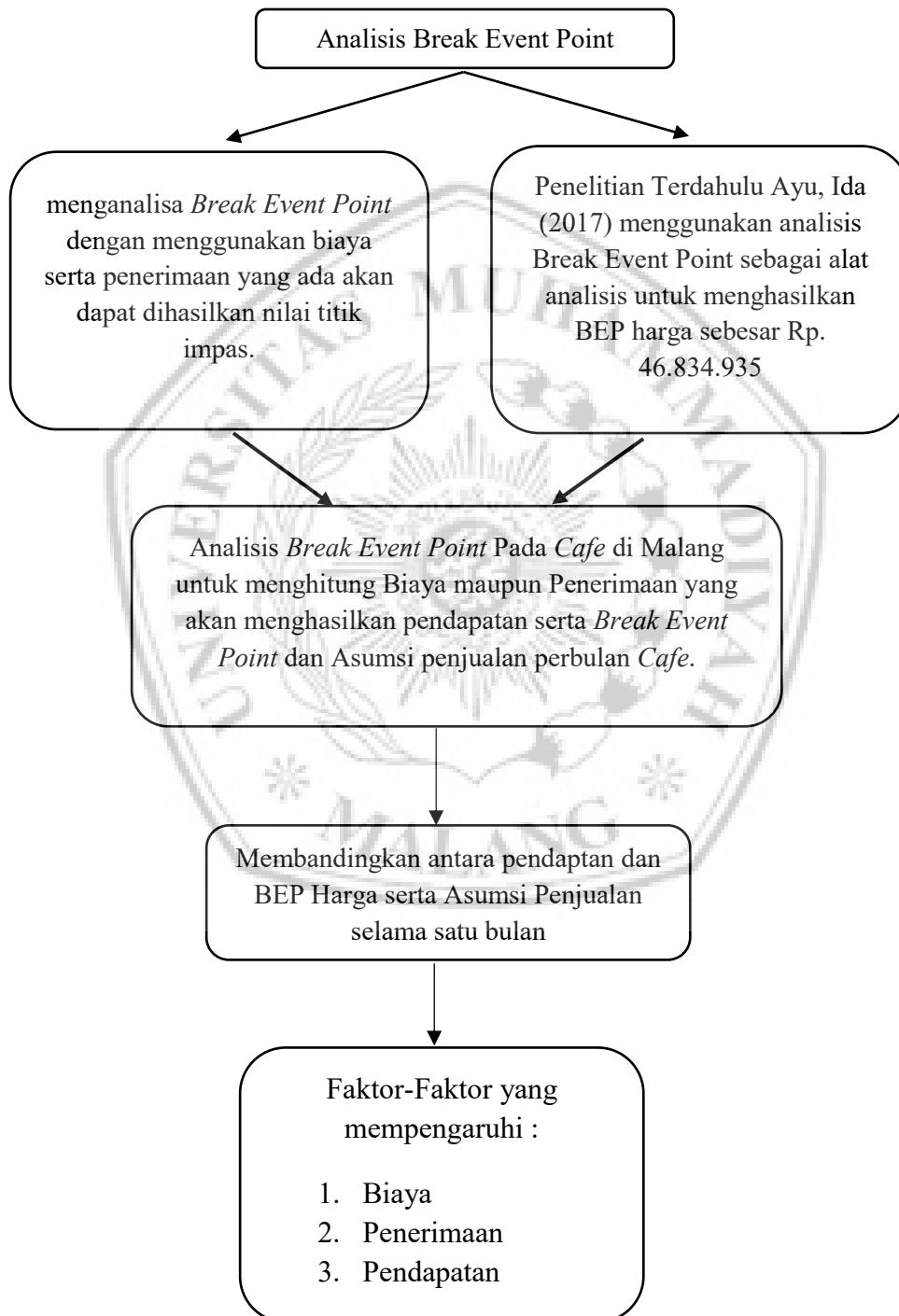
P : Harga Produk per unit

VC : Biaya Variabel per unit.

Analisa seperti diatas dapat membantu memberikan informasi terhadap perusahaan dalam memecahkan masalah yang dihadapi. Kerangka teori pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian saat ini menggunakan kerangka pemikiran dari teori biaya dan penerimaan yang didapat dari pengeluaran dari perusahaan baik biaya tetap maupun biaya variabel yang dikenal sebagai  $TC = FC + VC$ . Penerimaan berasal dari jumlah produk yang dihasilkan yang dikalikan

dengan harga produk itu sendiri yang biasa dituliskan  $\pi = P \times Q$ . Kedua perhitungan tadi dapat dijadikan sebagai acuan dalam analisa biaya dan penerimaan serta analisa BEP dalam penelitian ini.

Bagan kerangka pemikiran :



Berdasarkan bagan kerangka pemikiran bahwa penelitian ini membutuhkan input berupa angka penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan oleh setiap Cafe. Biaya merupakan segala bentuk pengeluaran yang disebabkan oleh kegiatan produksi suatu perusahaan. Penerimaan sendiri merupakan semua jenis pemasukan dari penjualan maupun pihak – pihak yang terlibat. Pada penelitian terdahulu oleh Ida Ayu (2017) yang menganalisis tentang BEP, NPV, IRR, & analisis SWOT sebagai alat analisisnya untuk menghasilkan data yang diteliti untuk menarik kesimpulan.

